

УДК 37:37.03

Е. С. Шагина

Уральский федеральный университет  
имени первого Президента  
России Б. Н. Ельцина,  
г. Екатеринбург, Россия

E. S. Shagina

Ural Federal University named after first  
President of Russia B. N. Yeltsin,  
Ekaterinburg, Russia

## ПРАКТИЧЕСКАЯ ЗНАЧИМОСТЬ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В РАБОТЕ УЧРЕЖДЕНИЙ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ С МОЛОДЕЖЬЮ

В статье представлены результаты исследования особенностей процесса саморазвития молодежи в интернете и социальных сетях, а также анализ деятельности учреждения дополнительного образования — Детско-юношеского центра «Спутник» города Екатеринбурга — в данной области.

Ключевые слова: интернет, социальные сети, учреждения дополнительного образования, молодежь, саморазвитие, Instagram, ВКонтакте.

## PRACTICAL SIGNIFICANCE OF SOCIAL NETWORKS IN THE WORK OF INSTITUTIONS OF ADDITIONAL EDUCATION WITH YOUNG PEOPLE

The article presents the research on youth self-development in internet and social networks, as well as an analysis of activities conducted by a supplementary education establishment, the Children and Youth Centre “Sputnik” of Ekaterinburg, in this field

Key words: Internet, social networks, supplementary education establishments, youth, self-development, Instagram, VKontakte.

Известно, что глобальная информатизация проникла во все сферы жизни нашего общества. В современном мире интернет-пространство создает особые виртуальные сообщества со своими законами, ценностями, культурой и языком. Молодежь — это та социально-возрастная группа, которая свободно владеет инструментами работы во Всемирной паутине. Основным двигателем этой работы является общение в социальных сетях, где молодые люди и проводят наибольшее количество времени.

В последнее время, наряду с профилактикой интернет-зависимости, особое внимание уделяется исследованию возможностей и спо-

собов координации социальной активности молодежи в интернете и социальных сетях [1].

Социальные сети — это особые онлайн-платформы, созданные с целью поддержания социальных отношений. Согласно исследованию Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) от 18.02.2018, в настоящее время 45 % опрошенных россиян старше 18 лет используют хотя бы одну из социальных сетей практически каждый день, 62 % — хотя бы раз в неделю. Полностью исключены из онлайн-платформ около трети (20 % из-за того, что не имеют доступа в интернет, и еще 10 % не имеют ни одного аккаунта). Наиболее активными пользователями является молодежь в возрасте от 18 до 24 лет: в данной возрастной категории ежедневно используют социальные сети 91 % от общего числа опрошенных [2].

Изначально социальные сети создавались для поиска старых друзей и возможности для общения на расстоянии. Однако в современных условиях социальные онлайн-платформы наделены функциями информационного обмена более глобального уровня. Согласно данным исследования ВЦИОМ от 21.08.2019, возрастной группой молодежи от 18 до 24 лет используются преимущественно социальные сети ВКонтакте и Instagram [3].

Безусловно, количество проводимого молодежью времени в интернете и социальных сетях до сих пор настораживает социум нашей страны. Однако процесс развития различных онлайн-платформ непрерывен, а «поколение Z<sup>\*</sup>» свободно владеет этим процессом. У молодежи есть превосходная возможность участвовать в совершенствовании не только индивидуальных аккаунтов, но и социальных сетей в целом.

Высокая доля негативных течений в интернете действительно налицо. По данным Национального центра информационного противодействия терроризму и экстремизму в образовательной среде и сети Интернет, в период с 2016 по 2018 год в рамках акций по поиску противоправного контента было выявлено более 2 тыс. ссылок, треть из которых направлена на блокировку как противоправные материалы [4]. Помимо этого, в среде педагогов общих и средних образовательных учреждений распространено мнение, что под влиянием социальных сетей школьники и студенты забывают о саморазвитии [5].

Таким образом, наряду с ролью родительского воспитания в становлении личности и привитии навыков распознавания позитивно-

---

\* Люди, родившиеся после 2000 года.

го и негативного контента, особое значение имеет миссия образовательных учреждений разного уровня, неотъемлемой частью которой становится создание яркого, интересного и, главное, позитивного содержания в социальных сетях.

Развитие личности именно в таких условиях — условиях усовершенствованных киберплатформ — приобретает наибольшую привлекательность для молодых людей. Например, говоря о платформе Instagram, значение которой превзошло простой фотообмен, отметим популярность аккаунтов, мотивирующих молодежь к здоровому образу жизни.

На базе учреждения дополнительного образования Детско-юношеский центр «Спутник» в период с 01.11.2019 по 06.11.2019 нами был проведен мониторинг использования обучающимися различных видов социальных сетей. В ходе опроса 100 обучающихся выявлено, что дети и подростки в возрасте от 8 до 18 лет проводят в социальных сетях от 1 до 5 часов. 40 % обучающихся ведут свои Youtube-каналы, у 68 % обучающихся есть свой аккаунт в Instagram, 70 % имеют страничку ВКонтакте. Более 80 % хотят сделать свой аккаунт наиболее популярным и интересным для сверстников.

В целях повышения уровня мотивации молодежи к личностному росту и создания условий для полезного времяпрепровождения центром «Спутник» был разработан и реализован проект «Школа блогера», который представляет собой комплекс вспомогательных периодических мероприятий, направленных на профилактику зависимостей у молодежи, безопасное поведение в сети Интернет, формирование позитивного и культурного контента, представляющего интерес для референтных групп несовершеннолетних и молодежи. Пилотным мероприятием проекта стал public-talk\* «Медиатехнологии поддержки и продвижения молодежного предпринимательства в социальных сетях», результатом которого стало освоение технологии поиска целевой аудитории в социальных сетях и правил построения диалога с ней. Public-talk посетило 38 человек в возрасте от 16 до 23 лет. Участники отметили для себя значимость приобретенной информации и открывшиеся перспективы развития личного аккаунта.

---

\* Public talk (англ.) — живое интервью с героем перед аудиторией. Отметим, что английские термины public-talk и workshop использованы ввиду наблюдающейся в молодежной среде тенденции наиболее активно реагировать на призывы принять участие в мероприятиях, в которых используются подобные модные слова.

Следующим мероприятием «Школы блогера» стал workshop\* «Instagram как эффективный инструмент продвижения личного блога», участники которого представили итоги исследования социальной активности молодежи в социальных сетях методом фокус-групп общей численностью 30 человек. По итогам обсуждения выявлено, что Instagram имеет преимущество перед другими социальными сетями в связи со значительной возможностью популяризировать личный бренд. В популяризации личного бренда, который может быть выражен как в самой личности человека, так и в бизнес-продукте, оказалось заинтересовано 80 % участников workshop'a.

В ходе исследования рассмотрены личные примеры участников фокус-группы, которые подтвердили перспективность саморазвития и формирования позитивного времяпрепровождения в сети Instagram. Так, один из респондентов занимается дизайном одежды и ее продажей на данной онлайн-платформе, что для него является хобби и приносит доход в дополнение к основной трудовой деятельности в Детско-юношеском центре «Спутник». Начинаящий предприниматель утверждает, что в настоящее время Instagram — это масштабная машина взаимодействия людей в самых разных формах. Данная онлайн-платформа позволяет вести бизнес отлаженным образом, при этом вовлекая также обучающихся ДЮЦ «Спутник» в целях формирования контента бизнес-инстаграма и организации позитивного времяпрепровождения.

Более половины участников фокус-групп сошлись во мнении о преимущественно личном характере мотивации к развитию странички Instagram. Таким образом преследуются цели личной социализации и саморазвития, а также популяризации собственного бренда. Однако анализ опыта ряда пользователей Instagram показал, что одного лишь размещения фотографий с текстом, даже чрезвычайно полезным и содержательным, недостаточно. Это касается не только бизнес-аккаунтов, но и любых прочих аккаунтов в целом. Причина тому — тяга молодежи к «красивой картинке». Для того, чтобы на контент любого содержания обратили внимание, он должен быть обрамлен стильной и привлекательной иллюстрацией или фотографией. Помимо этого для поддержания индивидуальности и актуальности профиля необходимы постоянный поиск и новаторство в фотообработке, чтобы не «уйти с поля боя» в пространстве Instagram.

Подводя итоги исследования, хотелось бы отметить, что внедрение

---

\* Workshop (англ.) — практикум, форма обучающего мероприятия.

виртуального пространства в нашу жизнь приобрело необратимый характер. Интернет таит в себе определенную опасность в силу своей безграничности и сложности контроля. Однако данное замечание справедливо применительно к любой сфере жизни общества, и именно поэтому необходимо активно использовать любые возможные формы взаимодействия с молодежью и ее координации в интернете. Учитывая стремление молодежи к саморазвитию в Instagram и прочих социальных сетях, необходимо, используя интернет-ресурсы, формировать прочную платформу позитивного контента в сети. Как показывает опыт ДЮЦ «Спутник», учреждения дополнительного образования могут предложить поколению Z широкие возможности саморазвития на базе социальных сетей.

### *Литература*

1. Гольденберг Е. А. Роль социальных сетей в жизни современной молодежи // Традиционная и инновационная наука: история, современное состояние, перспективы : сб. статей Междунар. науч.-практ. конф. (25 декабря 2015 г., г. Пермь) / ред. А. А. Сукиасян. Уфа : Аэтерна, 2015. С. 201–203.
2. Каждому возрасту — свои сети // Всероссийский центр изучения общественного мнения. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116691> (дата обращения: 06.11.2019).
3. Социальная сеть — фотоальбом XXI века // Всероссийский центр изучения общественного мнения. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9856> (дата обращения: 06.11.2019).
4. Акции по поиску противоправного контента // Национальный центр информационного противодействия терроризму и экстремизму в образовательной среде и сети Интернет. URL: <https://ncpti.su/report/monitoring-seti/aktsii-po-poisku-protivopravnogo-kontenta.php> (дата обращения: 06.11.2019).
5. Викторова А. С., Свертков И. А. Социальные сети и молодежь // Территория науки. 2013. № 3. С. 5–8.